

El efecto de la reducción de la fiscalidad en el sector del Bingo

mayo 2.010

...el ejemplo ITALIANO



Confederación Española de Organizaciones de Empresarios del Juego del Bingo



Consideraciones previas

Es una opinión generalizada que el subsector de Salas de Bingo en España atraviesa por una situación económica en recesión que se prolonga durante los últimos años derivada, además de los problemas propios de la actuación de un **mercado en competencia** (nuevos canales como internet, TV, móviles, apuestas, nuevas formas de ocio, etc.), del **envejecimiento del producto**, que requiere la introducción de nuevas ofertas de juego, y sobre todo de la **excesiva carga fiscal exigida**.

Los cambios normativos en el sector del Bingo, en lo referente a la distribución del valor facial de los cartones: tasa, margen bruto empresarial y premios, históricamente han sido escasos y las respuestas a iniciativas empresariales, tardías, propias de un sistema rígido.

Todo ello hace que en los últimos años se haya generado un problema estructural, propio del subsector del Bingo, lo que se intenta paliar, al margen de las demandas tributarias que detallaremos en el presente escrito, con otras de índole de nuevas ofertas competitivas, adecuación tecnológica, flexibilidad reglamentaria, etc.

Es notoria la insistencia de nuestro sector ante los distintos reguladores de las diversas CCAA en la reducción, de una u otra forma, del impacto de la fiscalidad que soporta el juego del Bingo tradicional en nuestras empresas y lo que ello repercute en las tendencias a la baja en las facturaciones que no provoca otra situación que la del cierre de multitud de empresas en los últimos años y el volumen de puestos de trabajo que han desaparecido. Todo ello convencidos de que por esa vía **podemos encontrar un modelo de negocio sostenible**.

Hasta ahora siempre hemos esgrimido en los argumentos que hemos defendido que una de las cuestiones básicas de un modelo exitoso pasa por el **incremento del porcentaje destinado a premios**, generando con ello un mayor flujo de dinero en el circuito y fomentando por tanto el incremento del volumen de negocio.

No obstante el sector nunca había podido demostrar la efectividad de una medida como esa más allá de ciertas tendencias positivas producto de incrementar pequeños porcentajes en algunas CCAA, por ejemplo en Murcia en 1995, País Vasco en 1996 ó Andalucía en 2002 y con el único interés de responder ante un sector económico y empresarial y proporcionarle una **solución real** a medio y largo plazo, favoreciendo la estabilidad sectorial tanto en su vertiente económica como social.



Pues bien, hoy podemos aportar datos ciertos en base a la decisión que adoptó el **Gobierno Italiano en octubre de 2009** y que no ha sido otra que la de **incrementar de forma sustancial el porcentaje destinado a premios**, repercutiendo, como veremos, en el crecimiento del volumen de negocio

Este documento pretende exponer los efectos que una medida de reducción fiscal en el Bingo tradicional ha supuesto en un mercado como el italiano de características muy similares al nuestro en España.

El ejemplo de reducción fiscal en Italia

En Italia se autoriza el desarrollo del juego del Bingo en el año 2000, bajo una regulación que planifica hasta un máximo de 420 Salas en todo el País.

El modelo de negocio italiano tanto en su propuesta del tipo de establecimiento como en su oferta de producto es muy similar al modelo español. Podría decirse que algo más amplio en su oferta de productos complementarios (mayor número de máquinas, apuestas generalizadas, video loterías..) y prácticamente igual en la oferta de Bingo tradicional, basado en los premios de Línea y Bingo y apoyado con varios premios secundarios (bingo oro, argento, etc.), lo que sería equiparable a los premios de "primas", el acumulado o el interconexionado en España.

El porcentaje destinado a premios en Italia hasta noviembre de 2009 era del 58% y la tasa fiscal suponía un 23,8% sobre el valor facial de los cartones, similar a la distribución que tenemos en España, como podemos ver en el cuadro 1.

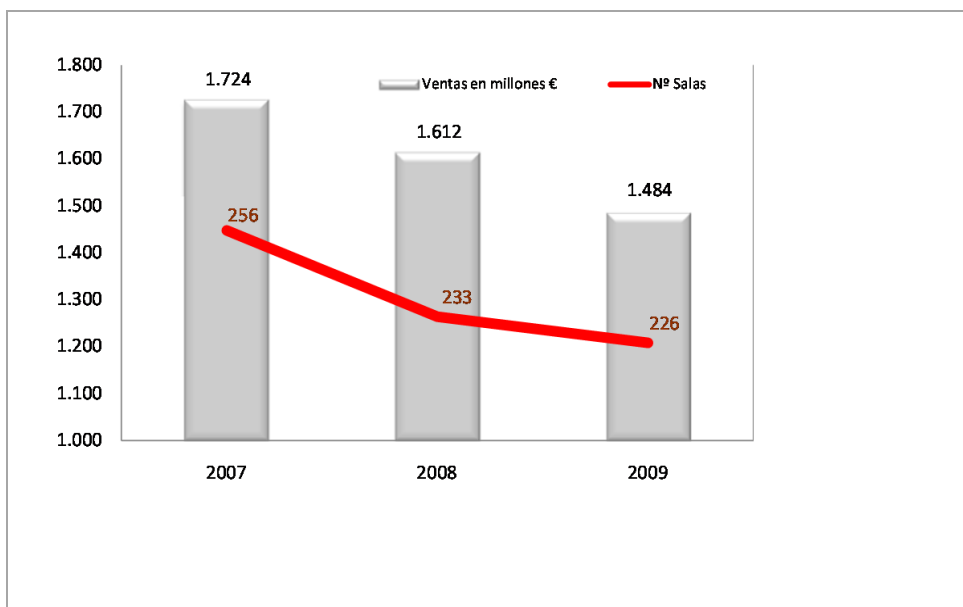
Antes de Nov. 2009	% premios	Fiscalidad	Margen empresarial
ITALIA	58 %	23,8 %	18,2 %
Media ESPAÑA	63 %	22,5 %	14,5 %

Cuadro 1. Fuente: CEJ (Confederación española de organizaciones de empresarios del juego del Bingo)



La historia reciente del sector del Bingo en Italia, como podemos ver en el cuadro 2, es de caída de ventas en los últimos años, similar también a la del mercado español, de forma que en el año 2008 se redujo en un **-6,49 %** sobre el año anterior y de un **-7,95%** en el 2009 sobre el 2008, absorbiendo además el efecto positivo del cambio de norma que se produjo en Noviembre de 2009, ya que si no la caída hubiese sido del **-11,50%**.

Salas de Bingo / ITALIA



Cuadro 2. Fuente: FEDERBINGO (Federazione Nazionale Concessionari Bingo)

Las menores ventas provocaron que se hayan **cerrado 30 establecimientos** en tres años (el 12% de los existentes en 2007), reduciéndose a 226 las salas de Bingo que al cierre de 2.009 se mantenían abiertas, como podemos ver en *cuadro 2*, con la consiguiente pérdida de empleo inherente tanto a los cierres de salas como a la bajada de la productividad.

Esta tendencia alertó a que el Gobierno italiano, a través de la AAMS (Amministrazione autónoma dei monopoli di stato) se planteara alternativas para frenar la caída y conseguir revertir la tendencia, concluyendo con la publicación de una norma a finales de octubre de 2.009 (circolare n. 2009/41040/giochi/sng de 27 ottobre de 2009. Detalle en www.aams.it), que **incrementaba un 20,6% el porcentaje destinado a premios**, pasando del 58% al 70%, asumiendo la administración una reducción de casi el 50% de la tasa, pasando de un 23,8 a un 12%, tal como podemos ver en el cuadro nº 3 .



CAMBIOS EN EL REGLAMENTO ITALIANO DEL BINGO

(Aplicación a partir del 1 de Noviembre de 2009 y hasta el 31 de Diciembre de 2.010)

	Hasta 31/10/09	Desde 1/11/09	Hasta 31/10/09	Desde 1/11/09	Importes antes	Importes nuevos
	%	%	Bola max	Bola max		
Cinquina	6	7				
Bingo	48	53				
Premios Especiales	3	6				
Bingo One	1	4	Parte de la 48	Parte de la 46	200 a 2.000	50 a 4.000
Total Premios	58,0	70				
Tasas	23,8	12				
Concesionario	18,2	18				
	100	100				
	% Division Premios Esp.	% Division Premios Esp.				
Super Bingo	50	60	40	38		
Bingo Oro	15	20	41 a 43	39 a 43		
Bingo Argento	5	10	44 a 47	44 a 46		
Bingo Bronzo	2	5	48 a 55	47 a 54		
Reserva	28	5				
Total	100	100				

Se abonará la compra de los cartones a 60 días, pero con liquidación final antes del 15 de diciembre.

Cuadro 3. Fuente: AAMS (amministrazione autonoma dei monopoli di stato)



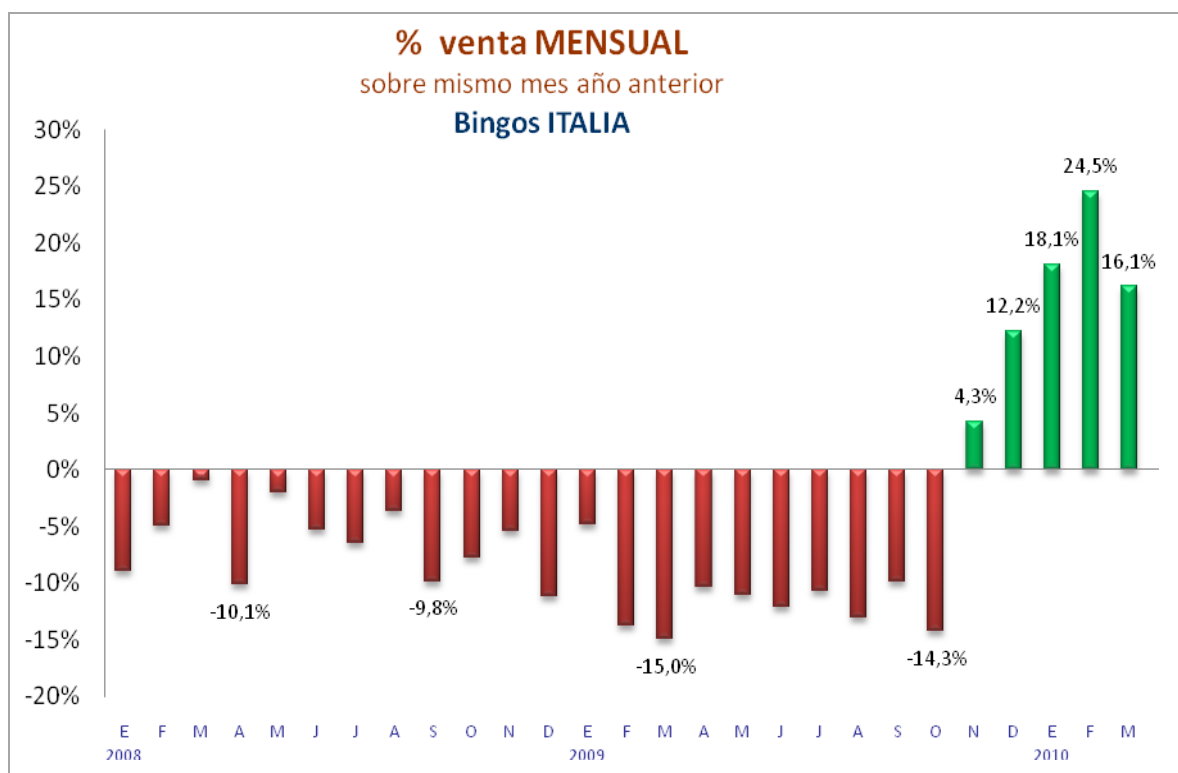
La norma se aplica con carácter provisional hasta el 31 de Diciembre de 2010, no obstante el Gobierno Italiano la propone con un espíritu marcado por los siguientes objetivos:

- 1- Como prueba de mercado para valorar si con una acción de éstas características realmente se consigue revertir la tendencia de las ventas.
- 2- Por ayuda coyuntural a las empresas ante la grave crisis económica y financiera que están sufriendo.

A la vista de su evolución decidirá sobre la continuidad del modelo a futuro.

Valoración de los datos después de 5 meses.

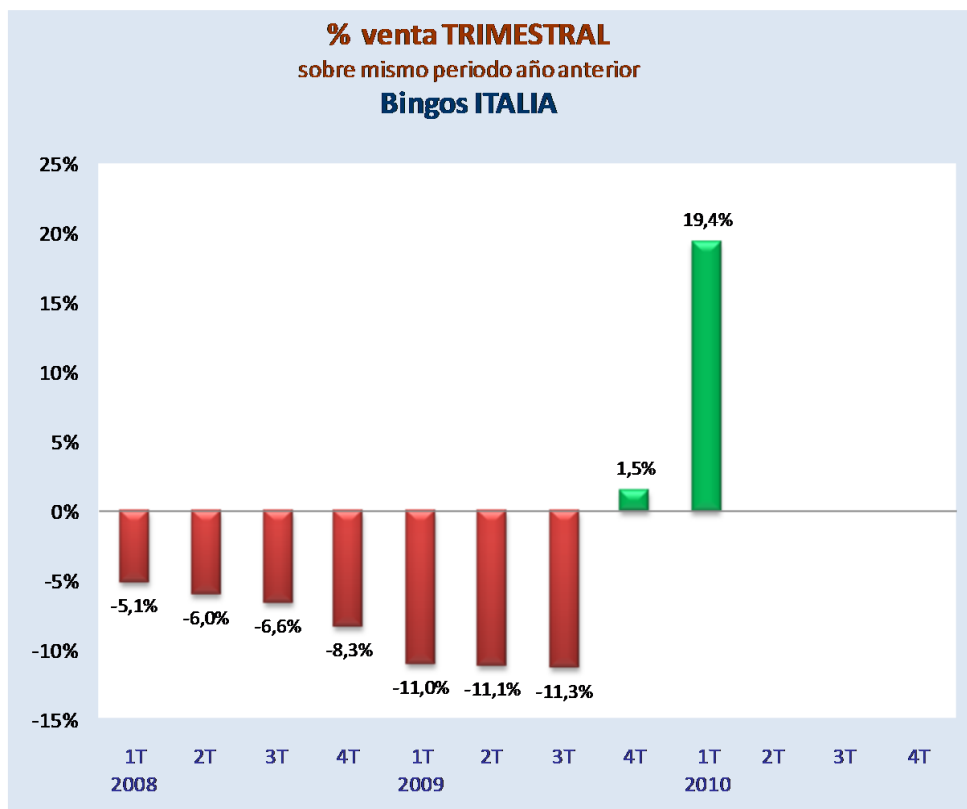
Como veíamos la caída de las ventas del sector era una constante hasta noviembre-09, fecha en la que es efectivo el cambio de porcentajes. A partir de ese momento **los índices de crecimiento sobre el año anterior son notables**, así, en diciembre crece un 12,2%, en enero un 18,1%, en febrero un 24,5% y en Marzo un 16,1% (cuadro nº 4).



Cuadro 4. Fuente: AAMS



En el primer trimestre del 2010 el sector crece casi un 20% sobre el 1T 2009, lo que sumado al 11%, producto de la caída en los trimestres anteriores a la reforma podemos concluir que **el efecto que ha provocado hasta este momento es de 30 puntos porcentuales** y que claramente **la tendencia se ha revertido** con inequívocos síntomas de recuperación, como podemos ver en el cuadro nº 5.



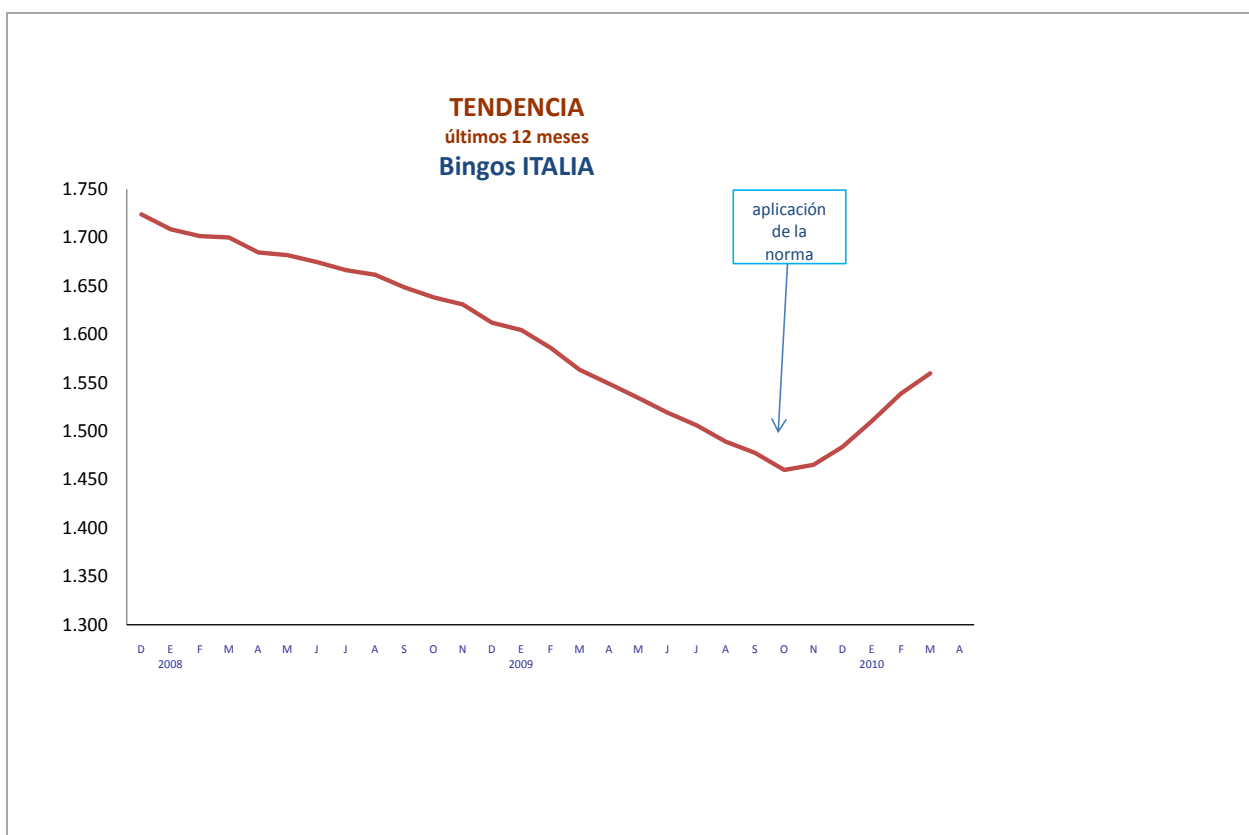
Cuadro 5. Fuente: AAMS

A la vista de estos datos podemos confirmar lo que tantas veces ha defendido el sector sobre el efecto del **incremento de los porcentajes destinados a premios y sus beneficios sobre el volumen de negocio**, no obstante cabe destacar que el impacto es claro en la medida que el incremento de los porcentajes es lo suficientemente sustancial (en éste caso con 12 puntos de subida es casi un 21% de incremento en las cantidades destinadas a premios).

Lo que no es suficiente es que con incrementos de 1, 2, ó 3 puntos, como históricamente se han ido aplicado en algunas CCAA, seamos capaces de revertir una tendencias con índices tan negativos.



Como se aprecia en el cuadro n° 6 el objetivo de revertir la tendencia en las ventas que se propuso el Gobierno italiano ha quedado conseguido y además de una forma inmediata, lo que hace **pronosticar una recuperación del sector del Bingo en Italia para el año 2010**, manejando previsiones en el sector de crecimiento de entre el 15 y el 20 % para éste año, lo que en términos reales como dijimos supondrán un diferencial de entre 25 y 30 puntos con respecto al año anterior.



Cuadro 6. Fuente: AAMS

Esas mismas fuentes determinan que con éste nuevo modelo en un periodo de tres años la administración italiana, con un índice de tasa fiscal reducido en un 50% sobre el año anterior podrá recaudar la misma cantidad que habría recaudado si no hubiese realizado la prueba, pero reactivando un sector en regresión e irrecuperable, convirtiéndolo en una actividad con un futuro cierto, con crecimiento de ventas y por lo tanto crecimiento de empleo.



Conclusiones

Podemos concluir, a la vista de los datos, que con una estructura y diseño adecuado conseguimos recuperar un producto como el bingo tradicional, que es fundamental y que es básico en la reforma estructural que precisamos en nuestros establecimientos para afrontar el futuro con garantías, sin obviar que en estos momentos sería primordial para afrontar la crisis, tal como está ocurriendo en Italia.

El apoyo por parte de la administración para **racionalizar la aplicación tributaria en el sector del Bingo se demuestra clave en su supervivencia**, ya que si no la tendencia actual en España se pronunciará negativamente de forma irremediable y provocará, como hemos visto, innumerables cierres de establecimientos.

Cabe subrayar que el fundamento de lo expuesto está basado en el incremento del volumen de retorno de premios y como tal dirigido a generar un volumen de negocio suficiente que garantice el mantenimiento de los establecimientos y el incremento del empleo, provocando la continuidad en la generación de riqueza y por lo tanto asegurando la viabilidad de nuestra actividad con solidez a largo plazo.